



Detaljni izvedbeni plan

Akadska godina: 2024/2025	Semestar: Zimski
Studij: Komunikologija - Znanstveno istraživanje medija i odnosi s javnošću (R)	Godina studija: 2

I. OSNOVNI PODACI O KOLEGIJU

Naziv kolegija: Globalizacija i mediji		
Status kolegija: Obvezni	ECTS bodovi: 5	Šifra kolegija: 198635
<i>Ukupno opterećenje kolegija</i>		
Vrsta nastave	Ukupno sati	
Predavanje	30	
Seminar	15	
Mjesto i vrijeme održavanja nastave: HKS – prema objavljenom rasporedu		

II. NASTAVNO OSOBLJE

<i>Nositelj kolegija</i>	
Ime i prezime: Valković Jerko	
Akademski stupanj/naziv:	
Kontakt e-mail: jerko.valkovic@unicath.hr	Telefon:
Konzultacije: Prema objavljenom rasporedu	
<i>Suradnici na kolegiju</i>	

III. DETALJNI PODACI O KOLEGIJU

Jezik na kojem se nastava održava: Hrvatski
--

Opis kolegija	Studenti će se upoznati s pojedinim vidovima globalizacije, njezinim uzrocima, mehanizmima koji pokreću sustav globalizacije kao i s učinkom globalizacijskih procesa, odnosno s postojećim i mogućim posljedicama globalizacije. Studenti će dobiti uvid u spoznaje o različitim perspektivama pristupa fenomenu globalizacije, između ostaloga i u kontekstu razlikovanja između pojmova globalizacije kao izraza koji obuhvaća procese vezane za globalizaciju te globalizma kao ideje usmjerene prema određenoj predodžbi o svijetu. Predmet sadrži i analizu multinacionalnih, odnosno nadnacionalnih medijskih industrija kao prenositelja ideja globalizma i kao mehanizama globalizacije. Između ostaloga, studenti će dobiti uvid u strukturu rada najjačih globalnih medija kao što su CNN, BBC, Russia Today, Al Jazeera, EuroNews te proučavati razlike u razinama medijskog izvješćivanja (lokalna, regionalna, nacionalna i međunarodna razina). Posebna pozornost posvetit će se i ulozi novih medija. Razmotrit će se i pitanja očuvanja socijalnih i nacionalnih identiteta u uvjetima globalizacijskih procesa.
Očekivani ishodi učenja na razini kolegija	Ocijeniti ulogu nadnacionalnih medijskih industrija u razvoju medijske kulture i društva. Izdvojiti glavne značajke globalizacije i medija. Usporediti glavne rezultate znanstvenih istraživanja i spoznaja o ulozi medija u globalizacijskim procesima. Analizirati ulogu i značaj medija u globalizacijskim procesima. Kritički prosuđivati o društvenim procesima koji su utjecali na razvoj globalizacije, te o njezinim posljedicama.
Obveze studenta	<i>Literatura</i>
Obavezna	Kurtić, N., Kukić, D. (2020.), Mediji i globalizacija, University Press, Sarajevo; Kaluđerović, Ž., „Poimanje globalizacije“, Filozofska istraživanja, 29 (2009.), 15-29; Castells, M. (2002.), Moć identiteta, Zagreb: Golden marketing (odabrana poglavlja); Yong Jin, D. (2019.), Globalization and Media in the Digital Platform Age, 1. izdanje, Routledge (odabrana poglavlja); Yong Jin D., (ur.) (2021.), The Routledge Handbook of Digital Media and Globalization, 1. izdanje, Routledge (odabrana poglavlja); Dimitrova, D.V., (ur.) (2021.), Global Journalism: Understanding World Media Systems, 1. izdanje, Rowman & Littlefield Publishers (odabrana poglavlja); Esser, Andrea; Smith, Iain Robert; Bernal-Merino, Miguel Á. (Eds.) (2016.) Media Across Borders Localising TV, Film and Video Games, Routledge; Ramon Lobato (2019.) Netflix Nations: The Geography of Digital Distribution, NYU Press; Wong, Pak Nung (2022.) Techno-Geopolitics US-China Tech War and the Practice of Digital Statecraft, Routledge; Kim, Youna (2022.) The Soft Power of the Korean Wave Parasite, BTS and Drama, Routledge.
Dopunska	Sparks, C., (2007.), Globalization, Development and the Mass Media, London, Sage; Malović, S. (ur.) (2006.), Utjecaj globalizacije na novinarstvo. Zagreb, ICEJ; Sriramesh, K., Verčič, D. (ur.) (2020.), The Global Public Relations Handbook. Theory, Research, and Practice, 3.ed., Routledge, New York and London; McPhail, T.L., Phipps, S., (2020.), Global Communication. Theories, Stakeholders, and Trends, 5. izdanje, Wiley-Blackwell, New York.
Način ispitivanja i ocjenjivanja	

Preduvjeti za dobivanje potpisa i polaganje završnog ispita	1. Redovito pohađanje nastave – prisutnost na najmanje 70% nastave prema studijskom programu i izvedbenom nastavnom planu.																								
	2. Uredno izvršene seminarske obveze – predana i prihvaćena pisana verzija seminarskog rada.																								
	3. Stjecanje minimalnog uspjeha od 35% tijekom nastave unutar zadanih nastavnih aktivnosti – kumulativno ostvareno putem seminarskih obveza i dva kolokvija.																								
Način polaganja ispita	Kontinuirano vrednovanje studentskog rada kroz:																								
	a) Nastavne aktivnosti – 70% ocjene																								
	1) seminarske obveze – 20%																								
	2) 1. kolokvij – 25%																								
	3) 2. kolokvij – 25%																								
	b) Završni ispit (pismeni) – 30% ocjene																								
	Ukupna ocjena temeljena je na bazi 100 bodova:																								
	nedovoljan (1) 0-49,9%																								
	dovoljan (2) – 50-64,9%																								
	dobar (3) – 65-79,9%																								
	vrlo dobar (4) – 80-89,9%																								
	izvrstan (5) – 90-100%																								
Način ocjenjivanja	1. Nastavne aktivnosti – prezentacija seminara; dva kolokvija (pismeni).																								
	2. Završni ispit (pismeni).																								
Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar Europskoga sustava za prijenos bodova																									
<table><tr><th>VRSTA AKTIVNOSTI</th><th>ECTS bodovi - koeficijent opterećenja studenata</th><th>UDIO OCJENE (%)</th></tr><tr><td>Pohađanje nastave</td><td>1.2</td><td>0</td></tr><tr><td>Seminarsko izlaganje</td><td>0.76</td><td>20</td></tr><tr><td>Kolokvij-međuispit</td><td>0.95</td><td>25</td></tr><tr><td>Kolokvij-međuispit</td><td>0.95</td><td>25</td></tr><tr><td>Ukupno tijekom nastave</td><td>3.86</td><td>70</td></tr><tr><td>Završni ispit</td><td>1.14</td><td>30</td></tr><tr><td>UKUPNO BODOVA (nastava+zav.ispit)</td><td>5</td><td>100</td></tr></table>		VRSTA AKTIVNOSTI	ECTS bodovi - koeficijent opterećenja studenata	UDIO OCJENE (%)	Pohađanje nastave	1.2	0	Seminarsko izlaganje	0.76	20	Kolokvij-međuispit	0.95	25	Kolokvij-međuispit	0.95	25	Ukupno tijekom nastave	3.86	70	Završni ispit	1.14	30	UKUPNO BODOVA (nastava+zav.ispit)	5	100
VRSTA AKTIVNOSTI	ECTS bodovi - koeficijent opterećenja studenata	UDIO OCJENE (%)																							
Pohađanje nastave	1.2	0																							
Seminarsko izlaganje	0.76	20																							
Kolokvij-međuispit	0.95	25																							
Kolokvij-međuispit	0.95	25																							
Ukupno tijekom nastave	3.86	70																							
Završni ispit	1.14	30																							
UKUPNO BODOVA (nastava+zav.ispit)	5	100																							
Datumi kolokvija:																									
Datumi ispitnih rokova:																									
IV. TJEDNI PLAN NASTAVE																									
Predavanja																									
#	Tema																								
1	Fenomen globalizacije																								
2	Globalizacija u povijesnoj perspektivi: uzroci i posljedice, nastanak paradigme																								
3	Ekonomski i politički aspekt globalizacije. Teorije kulturne globalizacije																								

4	Globalizacija i mediji
5	Teorije medijske globalizacije (teorija hegemonije, homogenizacije kulture, mcdonaldizacija, dizinizacija, glocalizacija)
6	Efekti medijske globalizacije
7	1. kolokvij
8	Informacijsko doba: umreženo društvo I.
9	Informacijsko doba: identitet
10	Globalizacija u vrijeme digitalnih platformi
11	Globalne medijske industrije
12	Globalizacija i (radio)televizija
13	Globalizacija i filmska industrija
14	2. kolokvij
15	Globalizacija i glazba

Seminari

#	Tema
1	Upoznavanje s temama seminara
2	Fenomen globalizacije: globalizacija i čovjek
3	Globalizacija u povijesnoj perspektivi
4	Modernizacija i teorije razvoja
5	Teorije kulturne globalizacije
6	Globalizam – ideologija globalizacije i globalizacija kao ideologija
7	Etika globalizacije i globalni ethos
8	Kolokvij
9	Globalni mediji: medijski imperijalizam
10	Teorije medija i globalizacije
11	Struktura i vlasništvo medija
12	Globalno i lokalno: globalizacija medija i nacionalna kultura
13	Nadnacionalne medijske industrije
14	Nadnacionalne agencije za odnose s javnošću
15	Kolokvij